

# ПРОФЕСІЙНА МОТИВАЦІЯ І БІЗНЕС

М. С. ПАНТЕЛЄСВ, І. В. БУБЕНКО

УКРАЇНСЬКА ІНЖЕНЕРНО-ПЕДАГОГІЧНА АКАДЕМІЯ (УІПА)

Послаблення мотивації трудової діяльності зумовлено як економічною кризою в державі, так і незначним ступенем включення індивіда в суспільне виробництво, низькою ціною робочої сили навіть для простого відтворення, непричетністю до власності на тому підприємстві, де він працює. Проявом мотивації" до виконання певних дій є активність людини, ефективність її діяльності, успішність прояву особистих рушійних сил поведінки працівників.

Мотивами можуть бути потреби, інтереси, установки, емоції, тобто усвідомлені людиною внутрішні або зовнішні причини досягнення найбільш бажаних результатів діяльності. Існують і різні засоби задоволення потреб, тобто мотивації - від економічних до психологічних. Професійна мотивація полягає у стимулюванні колективу до високих досягнень, реалізації цілей організації, використання моделювання ситуацій, що актуалізують емоції, почуття змагання або відповідальності, участь у справах фірми, успішність роботи, вчасне отримання винагороди тощо. Відповідно до потреб практики, конкретна винагорода за успішність роботи персоналу має зіставлятися з потребами працівника й проводитися у відповідність з ними. Тобто мотив є важливішим за стимул і діє тоді, коли відповідає індивідуальним потребам людини. Найбільша продуктивність праці досягається, коли у структурі потреб людини враховуються навіть непередбачувані особливі мотиви. Тобто керівництву слід не тільки стимулювати, скільки мотивувати робітника на актуальні для нього потреби, враховуючи, що орієнтація лише на заробітну плату забезпечує мінімальну віддачу від працівника. Але система матеріальних стимулів дозволяє долати розбіжності інтересів сторін (працівника, колективу, підприємства), тому економічні фактори є основою створення мотиваційного механізму управління трудовими ресурсами. При досягненні певного матеріального добробуту підприємства і робітника соціальні мотиви діяльності починають переважати.

Механізми професійної мотивації персоналу покликані будуть сформувати потрібного для підприємства працівника. А створивши для нього певні умови для діяльності, сформувавши корпоративну культуру виробництва, соціального партнерства, підприємство змогло би відповідати потребам працівника на перспективу.

Мотиваційний механізм складається на мікрорівні. У регуляції поведінки робітника мотивами успішної діяльності в ринкових умовах є: матеріальні потреби (у фізичному та емоційному комфорті, стабільності й безпеці, контролі за обставинами), соціальні потреби (в міжособових контактах зі схожими людьми, конструктивному спілкуванні, позитивній оцінці й визнанні з боку певних людей, належності до певної соціальних групи), психологічно-емоційні потреби (в самоповазі, досягненні в діяльності своєї системи цінностей, у самовираженні, реалізації своїх професійних знань, індивідуальних здібностей). Найважливіші потреби для професійної діяльності полягають в особистому зростанні працівника, творчості, самореалізації, тобто гармонізації інтересів працівника та підприємства.

Керівники й кадрові працівники повинні враховувати, що система мотивації повинна бути індивідуалізована. Але особливо слід враховувати значущість потреби й зіставляти її з можливостями досягнення. Сильна мотивація поліпшує результати лише простої роботи, а для складної роботи, тим більше розумової, адекватною є слабка мотивація. Працівник має бути зацікавлений предметом роботи, а не винагородою. Важливою умовою успішності мають бути ритмічність і режим роботи, рівномірність емоційно-психологічного та розумового навантаження, періодичне фізичне розвантаження. Управління колективом буде найбільш ефективним, якщо інтереси його членів будуть задовольнятися, буде зберігатися зацікавленість його роботою, а праця людей буде організована таким чином, щоб приносити задоволення. Результатом посилення мотиваційних механізмів може бути зростання ефективності діяльності, висока продуктивність праці та доходи підприємства, його конкурентоспроможність на ринку.